

치약, 불황에도 “기능성” 인기몰이

애경, 2012년 기능성 매출 76% 급증 ... 잇몸 케어부터 미백까지

치약 시장에 <기능성> 바람이 불고 있다.

특히, 치아와 잇몸 건강을 챙기는 소비자들이 늘어나면서 기능성 치약은 불황에도 초고속 성장을 기록하고 있는 것으로 나타났다.

애경(대표 고광현)은 자사 브랜드 <2080>의 기능성 치약 매출이 2012년 76% 급증했다고 4월29일 발표했다.

2012년 하반기부터 2013년 초까지 비교적 최근에 출시된 소프트 치간 칫솔, 360도 회전 치실 등 <스페셜 케어> 치약도 3월 매출이 2월에 비해 4배 가까이 증가한 것으로 나타났다.

기능성 치약 중에서는 잇몸 케어 치약이 제일 많이 판매됐고 미백 치약, 고세정 치약 등이 뒤를 이었으며, 스페셜 케어 치약 중에서는 치간 칫솔이 절반이 넘는 52%를 차지했다.

일반치약에 비해 가격도 비싼 기능성 치약과 스페셜 케어 치약 판매가 급증한 것은 구강질환 발병 증가와 관련이 있는 것으로 애경은 분석했다.

국민건강보험공단 통계에 따르면, 2006년부터 2011년까지 치은염질환으로 진료를 받은 환자는 563만명에서 800만명으로 연평균 7.3% 증가했으며, 치은염질환 관련 건강보험 진료비는 2776억원에서 4881억원으로 늘어났다.

아울러 구강 건강에 대한 관심이 커지고 관련질환을 예방하려는 의식이 높아지면서 치약과 칫솔을 세심하게 고르려는 소비자가 늘어나 치약 등의 선택기준이 세정 기능, 향과 맛에서 건강 쪽으로 이동하고 있는 것으로 해석된다고 밝혔다.

이석주 애경 마케팅부장은 “최근 치아건강에 대한 의식이 높아지면서 악성 구강질환 예방에 대한 욕구가 커져 40대 이상 소비자를 중심으로 기능성 치약과 스페셜 케어류를 많이 구매하고 있다”고 말했다. <저작권자 연합뉴스 - 무단전재·재배포 금지>

<화학저널 2013/04/29>